

# Canal TI

La revista del negocio TI del Perú

DISTRIBUCIÓN SEMANAL GRATUITA  
**Nº 961**  
LUNES 29  
SEPTIEMBRE  
2025



ENTREVISTA Rafael Taboada,  
gerente del Ecosistema de  
Canales para Perú, Ecuador y  
Bolivia de IBM

## IBM Partner Plus

Incentivos, certificaciones y un gran portafolio  
que potencia el trabajo con los canales



FERRARI  
TITLE  
PARTNER

# Con HP, tus ventas te llevan directo a Brasil o Italia

## ■ Destino 1: Carrera de Brasil, São Paulo.

Pasaje Lima - Sao Paulo - Lima

Estadía 4 días / 3 noches

Entradas a tribuna para las sesiones de práctica, clasificación y el Gran Premio

Cena de Bienvenida

Transporte Hotel - Circuito - Hotel

## ■ Destino 2: Fábrica Ferrari en Maranello, Italia.

Pasaje Lima - Milán, Italia - Lima

Estadía 3 días / 2 noches

Tour por la Fábrica de Ferrari

Cena gourmet en el Ristorante Il Cavallino

Transporte Hotel - Fábrica - Hotel

## ¿Quieres vivirlo? Así es como ganas tu lugar.

Acelera tus ventas con HP en las siguientes categorías

### Cómputo Comercial

Notebooks: HP Serie 200, HP ProBook, HP EliteBook y HP Dragonfly

Desktops: HP Pro One, HP Pro Mini, HP Pro SFF y HP Elite SFF

Workstation: HP ZBook, HP Power, HP Firefly, HP Z Desktops

### Impresión Laser

HP Color LaserJet

HP LaserJet

HP ScanJet

### HP Poly

Headsets: Blackwire, Encore Pro, Voyager, Focus

Video: Studio R30, Studio X32, Studio X52, Studio X72

### Impresión Hogar

HP Smart Tank

¡Contacta ya a tu ejecutivo HP para activar tu DRS (acelerador) y asegura el podio!

[www.canalti.pe](http://www.canalti.pe)

[Revistas.PeruRadix.net.pe](http://Revistas.PeruRadix.net.pe)



# Alerta Digital

Para asegurar el éxito

## La gobernanza en la adopción tecnológica

**L**a gobernanza en los procesos de implementación de una solución en una organización es clave, y así lo será siempre, mientras el ser humano sea el encargado de implementarla y, por supuesto, también sea el usuario.

Antes, se hablaba frecuentemente de cómo había fracasado una tecnología en una organización, o cómo se prolongaba su puesta en marcha, debido a que los usuarios no mostraban interés, no querían aprender o, simplemente, no aceptaban.

Entonces, las empresas de tecnología se apoyaron en la gobernanza para lograr el éxito en este tipo de procesos, en el que se pedía el involucramiento de la alta dirección. Lo que no aseguraba, por supuesto, que la puesta en marcha terminaría bien.

Todo dependía del convencimiento, de hacer entender el valor de la solución y de cómo elevaría el nivel de competitividad de la organización, para seguir avanzando en su sector, donde otras empresas también estaban embarcándose en procesos de adopción de tecnologías.

Esto no ha cambiado de manera drástica. Sí hay una gran ventaja porque la gran mayoría de usuarios son personas que ya conviven con la tecnología desde que despiertan hasta que se acuestan. Si bien ese primer contacto es el celular, las personas tienen bien claro que este dispositivo es el centro y que sirve para estar conectado a todo. Quiero decir que hoy hay dos o tres escalones hacia arriba que favorecen al éxito de la implementación de una solución.

No es como hace treinta o veinte años atrás, cuando aún la tecnología no tenía el nivel omnipresente que tiene hoy. Las TI están en todo: son las que mueven las in-

dustrias, el entretenimiento, la vida misma de la gente. Un gran reto es dejarle sin el teléfono móvil a una persona, para ver su comportamiento y el grado de ansiedad en que caerá. Un día sin teléfono móvil y estando en una ciudad no es concebible para nadie.

Menciono al celular para resaltar que ya estamos conscientes de la importancia de la tecnología, de que los procesos pasan por ella y que, en algunos casos, no se necesita saber de TI para ser un usuario; basta con seguir la intuición para realizar un proceso. Ayuda mucho también que las soluciones cada vez se han vuelto más intuitivas, menos engorrosas y fáciles de implementar.

Con todo esto, el éxito y el fracaso de una solución, así como de una política de Estado, depende de la gente, del usuario. ¡La importancia de enrolar! La gobernanza no es autoritarismo, imposición — "Te vas de la empresa si no te alineas" —, al contrario, es un proceso maravilloso de acercamiento, de liderazgo, de la capacidad de mostrar las ventajas de una solución.

Es un asunto de liderazgo y de compromiso, pero gobernanza, al fin y al cabo. Y para eso se necesitan líderes que primero entiendan y se convenzan de los beneficios de una medida o tecnología. Se necesitan líderes que acompañen los procesos de implementación, además de otras acciones que son parte del mismo proceso.

Los autoritarios logran implementaciones que están destinadas al fracaso. Eso lo podemos ver día a día también en la política. Elijamos siempre el poder de la palabra, el convencimiento y la evidencia.

¡Abrazos amazónicos, queridos amigos!



**Canal TI 960**  
(Lunes, 22 de setiembre de 2025)

### créditos

#### Director

Wilder Rojas Díaz

#### Diseño y Diagramación

Sandra Rojas

#### Consultor de Diseño Gráfico

Oscar Pévez Fajardo

#### Web y TI

Oscar Esteban Rojas

#### Gerente Comercial

Lucía Corrales Naveda

#### Administración

Margot Tolentino Porras

#### CRM y Analytics

Josué Cervantes Pamo

**Canal TI** se imprime en  
Linx S.A.C

Hecho el Depósito Legal en la  
Biblioteca Nacional del Perú N°  
2007-04808

Prohibida la reproducción total o  
parcial del contenido.

**Media Comm** no se responsabiliza  
por las opiniones de terceros.

Los precios y promociones referi-  
dos en los avisos publicitarios y/o  
en los textos de Canal TI, son solo  
válidos para empresas del canal de  
distribución tecnológico peruano.

# Canal TI

es una publicación semanal de:

## MEDIA COMM

Jirón Orejuelas 226,  
Surco - Lima 15039-Perú  
Central: +51 1 275-3381



Trasciende el antivirus incorporando protección de identidad digital y VPN

# Bitdefender y su propuesta de seguridad digital integral

**B**itdefender, junto a su socio estratégico en Perú, Intecnia Corp, anunció el inicio de una nueva etapa en la protección digital de los hogares peruanos. La iniciativa responde al incremento de amenazas en línea, cada vez más sofisticadas. El objetivo es empoderar a las familias con soluciones simples, eficientes y proactivas.

La estrategia de la marca en Perú se centra en ofrecer seguridad digital integral, más allá de un antivirus tradicional. Sus nuevas funcionalidades están diseñadas para blindar todos los aspectos de la vida digital de las familias:

- Protección de Identidad Digital: Monitorea y alerta ante riesgos asociados al robo de datos personales.

- Servicio de VPN: Permite una navegación segura y privada en cualquier red.
- Panel intuitivo: Facilita la gestión y el control de la seguridad digital desde un solo lugar.

Durante el evento de lanzamiento, representantes de los principales canales de distribución conocieron más sobre esta propuesta, que subraya la relevancia de proteger la identidad digital como un componente clave en el mundo actual.

Según cifras de Osiptel, más del 72% de los hogares peruanos ya cuenta con al menos un dispositivo inteligente conectado a internet, lo que refuerza la urgencia de soluciones de protección avanzada.

“Estamos entusiasmados por llevar esta nueva etapa a los hogares del Perú, donde la seguridad digital es tan esencial como cualquier otra necesidad. Con Bitdefender, las familias peruanas pueden navegar, trabajar y conectarse con la confianza de estar protegidas”, señaló Claudia Torres, jefa comercial de Intecnia Corp.

Por su lado, Iulian Ionita, Business Development Manager de Bitdefender Latam y CEE/CIS, agregó: “La ciberseguridad para el hogar ya no se limita a un antivirus. Se trata de blindar la vida digital de toda la familia: identidad, dispositivos y privacidad. Nuestras soluciones ofrecen protección invisible, permitiéndoles disfrutar de la tecnología con tranquilidad”.

# Las Soluciones Empresariales de Impresión Epson **WorkForce®**

**EPSON®**

Un nuevo

# CORE

para su **negocio**



WorkForce® Pro EM-C8100



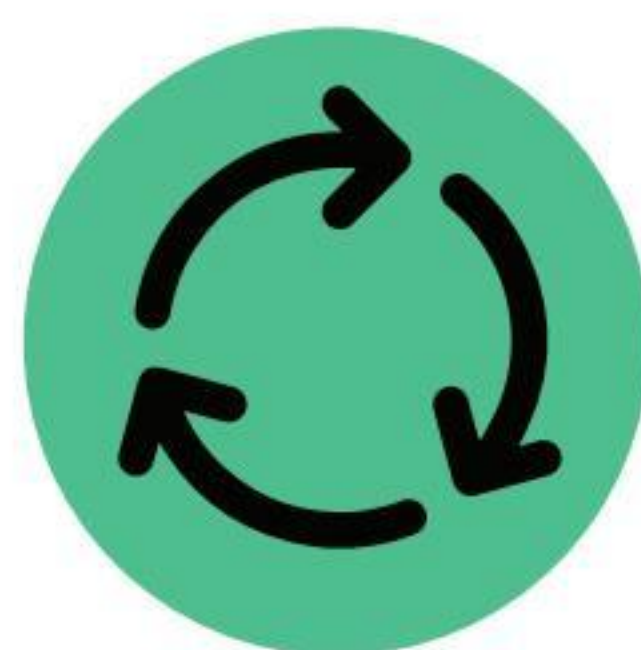
WorkForce® Pro EM-C800

Creadas para satisfacer las exigentes necesidades de grupos de trabajo de pequeñas, medianas y grandes corporaciones.



Equipadas con la exclusiva tecnología **PrecisionCore**. No necesitan calor en su proceso de impresión. Mayor **productividad, confiabilidad y beneficios medioambientales**.

## RESPONSABLE



**Imprime al instante,**  
sin complicaciones.

## EFICIENTE



Diseñado para un **desempeño**  
**de vanguardia.**

## CONFIABLE



**Enfocado en**  
**ahorrar energía.**

Presentaron la línea de impresora WorkForce y la nueva gama de proyectores

# Epson e Ingram Micro refuerzan alianza con nuevas soluciones para el canal

Ingram Micro, en un evento corporativo en alianza con Epson Perú, reunió a sus socios de negocios para presentar las últimas novedades en impresión y proyección, reforzando así su compromiso con el canal. La jornada, marcada por la capacitación y el networking, sirvió de plataforma para el lanzamiento de dos líneas de productos clave de Epson, respaldadas por nuevas y atractivas herramientas financieras.

El evento se centró en dos ejes principales. Por un lado, se destacó la línea de impresoras Epson WorkForce equipadas con tecnología PrecisionCore. Por otro, se presentó una nueva gama de proyectores compactos de alto brillo. Ambas propuestas buscan ofrecer al mercado corporativo peruano soluciones que combinan eficiencia, sostenibilidad y una significativa reducción de costos.

Álvaro Vargas, gerente de Ventas y Marketing de Epson Perú, resaltó los beneficios de la tecnología PrecisionCore, haciendo hincapié en el ahorro energético y la eficiencia que estas impresoras ofrecen. La visión fue complementada por Fiorella Vincés, Channel Manager Business Inkjet Epson Perú, quien demostró las ventajas de la línea WorkForce frente a la tecnología láser, posicionándola como una alternativa más sostenible.

En el segmento de proyectores, Fernando Alfaro, gerente de Cuentas Epson Perú, enfatizó las múltiples aplicaciones de estos equipos en sectores como el corporativo, educativo y grandes salones. Los nuevos modelos, com-

pactos y con hasta 8,000 lúmenes de brillo, incorporan una resolución 4K mejorada, lo que los convierte en una opción potente para cualquier entorno profesional.

## Fortaleciendo el canal con valor agregado

Los directivos de ambas compañías aprovecharon la ocasión para reafirmar su compromiso con los socios estratégicos. Susana Machaca, Product Manager Epson en Ingram Micro, detalló la propuesta de valor para el canal, subrayando la importancia de la alianza con los canales. Pamela Escudero, Manager de Devices and Printing en Ingram Micro, reforzó este mensaje, destacando la colaboración y el apoyo constante que ofrecen a sus socios.

Un punto crucial abordado fue el aspecto financiero. Walter Contreras, Team Leader de Ingram Micro Perú, destacó el modelo financiero diseñado para el canal, haciendo hincapié en la reducción del TCO (Costo Total de Propiedad) que se logra con la nueva línea de impresoras WorkForce. Estas nuevas herramientas financieras buscan facilitar la adopción de la tecnología en los distintos segmentos del mercado.

El evento, que combinó demostraciones de productos y espacios de networking, concluyó con un agradecimiento a todos los asistentes por su confianza y participación. Epson e Ingram Micro consolidan así su colaboración, impulsando juntos el ecosistema tecnológico peruano con soluciones innovadoras en impresión y proyección.



Afirma Rafael Taboada, gerente del Ecosistema de Canales para Perú, Ecuador y Bolivia de IBM

# “IBM Partner Plus es el mejor programa de canales para el negocio TI de Perú”

Por Wilder Rojas Díaz



El programa de canales de IBM Partner Plus se presenta como un motor de crecimiento enfocado en el mercado de nube híbrida e IA, ofreciendo a los socios de negocio beneficios significativos. La estrategia se basa en la capacitación y certificación constante de los canales para que puedan comercializar el amplio portafolio. Además de los altos márgenes, IBM Partner Plus facilita el acceso a material de entrenamiento, pruebas de concepto, créditos y, para niveles superiores como Silver, Gold y Platinum, así como fondos de comarketing. Rafael Taboada, gerente del Ecosistema de Canales para Perú, Ecuador y Bolivia de IBM, dice: "Sin duda, es el mejor programa de canales que hay en el mercado para asociados de negocio y tecnología".

**Rafael, ¿desde tu posición manejas el ecosistema de canales para Perú, Ecuador y Bolivia para todas las unidades de negocios de IBM?**

Así es, Wilder. El go-to-market de IBM es a través de asociados de negocio o de canales como tú mencionas, con lo cual la estrategia de ecosistema, la estrategia de canales cada día es más relevante para la compañía. Y lo que buscamos es tener los Asociados de Negocio adecuados, con los conocimientos y competencias adecuadas, para que puedan comercializar nuestro portafolio de soluciones tanto de software como de hardware.

**¿Quiénes son estos distribuidores en estos tres países?**

En Perú están Ingram Micro y Nexsys del Perú; en Ecuador está Nexsys y TD SYNEX; y en Bolivia trabajamos con Datec para hardware y Nexsys para software.

**¿Cuál es el portafolio que maneja tu área?**

En realidad, contamos con un portafolio integral y robusto que abarca tres pilares fundamentales: infraestructura, software y servicios de nube. Por el lado de infraestructura tenemos las soluciones de servidores IBM Power que ahora cuentan con capacidades de IA junto con sistemas de almacenamiento que proporcionan velocidades ultrarrápidas. Mientras que en software tenemos dos unidades bastante marcadas: data e inteligencia artificial y automatización.

En data e inteligencia artificial destaca nuestra plataforma watsonx, que

incluye watsonx.ai para desarrollo de modelos de IA, watsonx.data para gestión unificada de datos, y watsonx.governance para gobernanza de IA.

Mientras que en automatización está todo lo relacionado a manejo de procesos, a seguridad y sostenibilidad, y la tercera es IBM Cloud, nuestra plataforma de nube híbrida abierta.

### **Es clave un canal con el conocimiento y la capacitación actualizada, ¿verdad?**

Es fundamental que los canales tengan el conocimiento necesario para poder comercializar nuestras soluciones y ese conocimiento se va adquiriendo a través de las capacitaciones. Pero algo muy importante que reforzamos en nuestro modelo de ecosistema es que los Asociados de Negocio estén certificados. Es clave para IBM y para los clientes.

Tenemos un equipo que trabaja junto a los socios de negocio, con los cuales ejecutamos un plan de capacitaciones y certificaciones tanto local como regional. Nos apoyamos mucho en los mayoristas que también se encargan de realizar capacitaciones. Compartir información mediante las capacitaciones y certificaciones es una constante en el negocio.

### **En pocas palabras, ¿cuál es el objetivo de la capacitación al canal?**

Estamos transformando el ecosistema de IBM para que sea un motor de crecimiento para la empresa y sus socios, en una posición única para ayudar a capturar la oportunidad de mercado de la nube híbrida y la IA

### **¿Y cómo va el negocio de la nube?**

El negocio de la nube ha seguido un camino de madurez acelerado en los últimos años. Hoy, la nube híbrida, es la segunda tecnología más importante para desbloquear o aprovechar el valor de los datos en América Latina, que representa el 57%, y ya no es solo un soporte de infraestructura para las empresas, sino el eje que habilita resiliencia, seguridad y, sobre todo, la posibilidad de escalar la inteligencia artificial dentro del negocio. De hecho, contamos con clientes

muy importantes y estratégicos con los cuales estamos trabajando proyectos muy interesantes en el negocio de la nube. Hay clientes que nos conocen desde hace muchos años y confían en IBM.

### **Eso te iba a decir, hay una extraordinaria confianza en la marca, por lo tanto, hay IBM lovers**

¡Claro, Wilder! Por algo tenemos más de 114 años en el mercado de manera ininterrumpida a nivel mundial.

### **¿Cómo está estructurado el programa de canales de IBM? ¿Cuáles son esos beneficios?**

El programa de canales cambió en el 2023; ahora se llama IBM Partner Plus y, sin duda, es el mejor programa de canales que hay en el mercado para asociados de negocio y tecnología. Ofrecemos varios beneficios, dentro de los cuales para mí uno de los más importantes es que los asociados de negocio pueden llegar a ganar, dependiendo de la solución que comercialicen, hasta un 24% de incentivos adicional al margen que les proporciona su mayorista.

### **¿Puedes mencionar algunos de los beneficios?**

Los asociados de negocio, con solo estar registrados en IBM Partner Plus, pueden acceder a material de capacitación, a ambientes para realizar pruebas de concepto, e incluso pueden tener acceso a créditos de IBM Cloud, para poder contar, en un principio, con la solución de manera gratuita, y posteriormente, que sea parte de una suscripción.

### **¿Cuáles son los niveles de IBM Partner Plus?**

Los niveles de negocio arrancan en el inicial o Register, luego viene Silver, Gold y Platinum, que es el máximo nivel. Los canales pueden ir escalando a medida que van teniendo mayor volumen de ventas y una mayor cantidad de certificaciones. Otro de los beneficios que ofrecemos a nuestros asociados de negocio, a partir del nivel Silver, es que pueden tener acceso a fondos de comarketing, para realizar iniciativas o actividades de generación de demanda con IBM, de modo que podamos identificar proyectos en conjunto, que es eviden-

temente lo que buscamos a medida que vamos teniendo canales vinculados a nuestro programa de asociados de negocio.

### **La vigencia y el liderazgo de IBM durante más de cien años en el mundo es impresionante, lo interesante es que están en Perú hace mucho tiempo**

Las operaciones de IBM empezaron hace 114 años y siempre ha marcado la historia tecnológica con investigación y desarrollo, con soluciones revolucionarias. Un dato importante es que en Perú está desde hace 93 años de manera ininterrumpida.

### **Eso hace que el mayorista y canal se sientan respaldados y seguros de representar una marca tan poderosa que, además, tiene un extraordinario rol en el desarrollo de la tecnología.**

Correcto. Dijiste una palabra que me gustó: respaldados, y la complemento al indicar que eso mismo sienten los clientes.

### **¿Cuánto tiempo ya estás en IBM?**

Arranqué mi carrera en IBM como practicante en el año 2009, con lo cual ya tengo más de 16 años, de los cuales dos años fueron de practicante y los demás años como empleado. Voy rumbo a los 17 años en la compañía.

### **Hay un perfil, una característica que identifica al que trabaja o ha trabajado en IBM**

Somos conocidos en el mercado como la escuela de IBM, donde te formas con los valores de la compañía y que son reconocidos en el mercado tecnológico, así como en otras industrias. Lo que más destaca en cada IBMer es la mentalidad de crecimiento, la colaboración y la excelencia.

### **Gracias por la entrevista, Rafael.**

Gracias a ti, Wilder, y por permitirnos reforzar nuestro mensaje de que el programa de canales de IBM es muy bueno. Cualquier empresa de tecnología que esté interesada en conversar con nosotros, no duden en ponerse en contacto para mostrarle todo lo que tenemos y qué se puede hacer con nuestro portafolio y experiencia.

## Fabricante anunció una serie de productos y servicios



**E**n el Lenovo Innovation World 2025 realizado en Berlín, el fabricante anunció una serie de productos y servicios inteligentes, diseñados para habilitar y acelerar soluciones de IA para empresas y mejorar la productividad.

Entre lo más destacado figura la nueva estación de trabajo móvil ThinkPad P16 Gen 3, equipada con los últimos procesadores Intel Core Ultra 200HX de hasta 24 núcleos e integrada con una NPU para un procesamiento de IA rápido y eficiente. Otros lanzamientos destacados incluyen las estaciones de trabajo móviles ThinkPad P1 Gen 8, ThinkPad P16v Gen 3, ThinkPad P16s i Gen 4 y ThinkPad P14s i Gen 6, así como un renovado diseño para la ThinkPad X9 Aura Edition, que pronto estará disponible en un elegante color Glacier White.

Lenovo también anunció conceptos para impulsar la productividad de los usuarios de PC. Entre ellos, el Lenovo ThinkBook VertiFlex Concept, uno de los primeros con-

ceptos de la industria con una pantalla giratoria de 14 pulgadas, y el Lenovo Smart Motion Concept, uno de los primeros conceptos de soporte inteligente multidireccional para laptops, entre otros.

“A medida que las empresas buscan desbloquear el verdadero valor de la IA, Lenovo está comprometido en ofrecer la combinación adecuada de dispositivos, soluciones y servicios para ayudarlas a avanzar más rápido y trabajar de forma más inteligente”, afirmó Eric Yu, vicepresidente Senior y gerente general del Commercial Product Center y del segmento SMB de Lenovo. “Con nuestro portafolio en expansión de PC con IA, conceptos visionarios y soporte de nivel empresarial, estamos permitiendo que las organizaciones adopten con confianza la era de la IA en sus propios términos”.

El Lenovo ThinkBook VertiFlex Concept es una notebook PC de la industria con pantalla giratoria de 14 pulgadas. Ultrafino (17,9 mm) y liviano (1,39 kg), integra un sistema

soluciones inteligentes para acelerar las soluciones de IA

# ThinkBook VertiFlex Concept fue presentado en el Innovation World 2025

de rotación de pantalla que admite cambio dual entre orientación horizontal y vertical. El modo vertical resulta ideal para casos de uso como multitarea en pantalla dividida, visualización de código y revisión de documentos. Mientras está en modo vertical, un smartphone puede conectarse sin interrupciones a la PC mediante Lenovo Smart Connect para transferir archivos y duplicar la pantalla del teléfono.

Con el Lenovo Smart Motion Concept, la compañía presenta uno de los primeros conceptos de la industria de soportes inteligentes multidireccionales para laptops. Este innovador sistema se integra con las cámaras, micrófonos y altavoces de la laptop para ofrecer seguimiento facial automático, control por voz y funciones de salud ergonómica. Además, incorpora un anillo de IA que permite controlar la rotación del soporte mediante gestos.



# Integrar antes que escalar: claves y errores en la adopción de genAI para empresas

**Por Diego Garagorry**  
COO de Nearsure

**L**a inteligencia artificial generativa (genAI, por su sigla en inglés) fue ganando espacio rápidamente en las agendas corporativas. Su presencia ya se observa en aplicaciones que van desde chatbots para atención al cliente hasta herramientas de generación de contenido y apoyo a la toma de decisiones. Sin embargo, detrás de este entusiasmo creciente, es posible identificar un patrón de errores que se repite entre las empresas que adoptan la tecnología sin la preparación estratégica adecuada.

En lugar de preguntarse “¿qué puede hacer esta tecnología para mi empresa?”, muchas compañías parten de la herramienta en sí, ignorando el problema que deberían resolver. El resultado son soluciones desconectadas del negocio, con alto costo, bajo retorno y poca adopción interna. Por lo tanto, implementar no es suficiente: es la in-

tegración lo que garantiza impacto.

En lugar de preguntarse “¿qué puede hacer esta tecnología para mi empresa?”, muchas compañías parten de la herramienta en sí, ignorando el problema que deberían resolver. El resultado son soluciones desconectadas del negocio, con alto costo, bajo retorno y poca adopción interna. Por lo tanto, implementar no es suficiente: es la integración lo que garantiza impacto.

Diego Garagorry

En este proceso, entre los errores más comunes se encuentran la ausencia de una prueba de concepto,

la elección apresurada de modelos personalizados y la falta de indicadores claros para medir el éxito. Al mismo tiempo, muchas organizaciones subestiman los desafíos relacionados con la gobernanza de datos, la privacidad y la seguridad. Los modelos generativos sólo son eficaces cuando tienen acceso a datos organizados, relevantes y protegidos; y eso requiere tiempo, estructura y estrategia.

Las llamadas alucinaciones, por ejemplo, siguen siendo un desafío importante. Se producen cuando el modelo genera información que parece correcta, pero es falsa, inventada o no está respaldada por fuentes o evidencias verídicas. Esta limitación se ha ido mitigando con las actualizaciones más recientes, que incluyen modelos que consultan bases de conocimiento utilizando técnicas como RAG.

Según un artículo publicado por ACM en mayo de 2024, la tabla de clasificación mantenida por Vectara indicaba tasas de alucinación entre el 2,5%

y el 8,5% en los principales modelos de la época. Actualmente, estas cifras cayeron por debajo del 2% entre los grandes proveedores de LLM. En particular, los nuevos modelos GPT-5, de OpenAI, y Gemini 2.5 Pro, de Google, obtuvieron resultados menores a 1,5% de alucinaciones. Si bien los resultados son positivos, aún se requieren mecanismos de mitigación cuando se trata de aplicaciones críticas.

Desde Nearsure, una compañía de Nortal, publicamos este año un white paper sobre aplicaciones de genAI en el que se abordan los principales obstáculos que podrían evitarse a la hora de adoptar genAI. El primero es comenzar sin haber identificado un problema empresarial que se quiera resolver, lo que conduce a soluciones genéricas y desconectadas de resultados tangibles. En segundo lugar, muchas empresas prescinden de la prueba de concepto (PoC), omitiendo la validación de requerimientos y arquitecturas antes de escalar. El tercero es no preestablecer métricas claras de éxito, lo que dificulta medir el impacto en productividad, costos o calidad. Para lograr una adopción exitosa, se deben definir métricas y umbrales de decisión por etapa (PoC, MVP, producción, escalado) y una gobernanza que aporte trazabilidad de extremo a extremo y visibilidad operativa. Con ello, se mantendrá un ciclo de retroalimentación (feedback loop) que facilite aprender, corregir y avanzar con evidencia.

Por último, la construcción de modelos personalizados innecesarios, como LLMs desarrollados a medida desde cero sin antes evaluar opciones públicas combinadas con técnicas como RAG, genera costos desproporcionados. Estos factores combinados comprometen la eficacia y el rendimiento de los proyectos de genAI.

De hecho, según datos de Gartner, hasta finales de 2025 se prevé que alrededor del 30% de los proyectos de genAI se abandonarán tras la PoC. Esto se atribuye a la baja calidad de los datos, inadecuados controles de riesgo y falta de beneficios claros para el negocio.



Diego Garagorry  
COO en Neosure

Por lo tanto, una buena práctica consiste en empezar poco a poco y con un enfoque específico, en lugar de escalar rápidamente. Casos de uso puntuales, como los agentes jurídicos impulsados por IA, la automatización de la atención al cliente o la ayuda en la selección de CVs, permiten probar hipótesis, generar resultados y madurar la arquitectura tecnológica con menor riesgo.

Por ejemplo, los call centers que utilizan genAI para transcribir y resumir las llamadas informaron de un ahorro medio de tiempo de entre 2 y 3 minutos por llamada, además de ganancias en productividad y una mayor precisión en el seguimiento de los clientes. Según un estudio de IDC, el uso de genAI en una operación de atención al cliente supuso un aumento de la productividad del 25%, con un ahorro de dos minutos por llamada.

Un factor adicional que vale la pena mencionar es la gestión del cambio: involucrar a los usuarios, ofrecer formación y rediseñar procesos en conjunto. Para lograr mejoras rea-

les en la productividad, además de la tecnología necesitamos repensar nuevas formas de trabajo.

La adopción exitosa suele ser progresiva: inicialmente, con aplicaciones aisladas y de bajo riesgo, como copilotos internos o generación de contenido. Luego, es posible avanzar hacia integraciones con bases de datos y herramientas ya consolidadas. Los casos más avanzados, a su vez, implican la conexión de genAI a sistemas centrales de la empresa y flujos operativos críticos, con políticas de seguridad, control de acceso y gobernanza.

La genAI no es una solución plug-and-play. Requiere estrategia, contexto e integración. Las empresas que la vean como una capa complementaria y no como sustituta tendrán mayores posibilidades de éxito. Es necesario integrar antes de escalar, empezar pequeño antes de ir lejos y resolver el problema antes de aplicar la herramienta. Solo así la genAI dejará de ser una tendencia y se traducirá en valor tangible para el negocio.



### Alberto Indacochea es el nuevo director general de Salesforce Perú

Salesforce nombró a Alberto Indacochea como su nuevo director general en Perú, quien tiene más de una década en el sector tecnológico y de servicios. Anteriormente, estuvo en IBM Latinoamérica como AI Sales Director, donde también lideró otras áreas. Fue CEO de Sapia. Tito es egresado del programa EMBA de Kellogg-Northwestern University, cuenta con una Maestría en Administración de Negocios de Centrum Business School y la Maastricht School of Management, y es graduado de la Escuela Naval del Perú. Ha complementado su formación con programas ejecutivos en universidades como Harvard, MIT, IESE y la Universidad de Chicago.



### Eduardo Catter asume el cargo de CEO de Sumtec

Sumtec nombró a Eduardo Catter como su nuevo CEO a partir de setiembre, quien cuenta con una amplia experiencia en posiciones ejecutivas en el sector tecnológico y de telecomunicaciones. Ha liderado áreas comerciales y de gestión estratégica en compañías de alcance regional. "Sumtec inicia un nuevo ciclo, donde la innovación, la eficiencia organizacional y la sostenibilidad serán ejes centrales. Mi rol será asegurar que estos pilares se traduzcan en valor tangible para nuestros clientes y socios, consolidando la posición de la compañía como actor clave en la transformación digital del país y de la región", señaló Eduardo.



**paloalto**  
NETWORKS



### Humberto Ballesteros en Palo Alto Networks Perú

Felicito a Humberto Ballesteros por su incorporación a Palo Alto Networks Perú como responsable de la relación y gestión de los canales para Perú y Bolivia. "Mi misión es desarrollar e incrementar las capacidades técnicas y comerciales de los socios con el objetivo de continuar expandiendo la cobertura de Palo Alto Networks en nuestros clientes, para lograr una muy buena adopción de nuestra tecnología y ayudar a los clientes en sus objetivos de negocio desde lo que significa la ciberseguridad", me dijo la semana pasada. Tiene 25 años en la industria TI y ha trabajado en CA Technologies, Microsoft, Red Hat y Digibee. ¡Éxitos, querido Humberto!



### Ignacio Pascal es el nuevo gerente general de SAP Perú y Ecuador

SAP nombró a Ignacio Pascal como su nuevo gerente general para Perú y Ecuador. "Estoy entusiasmado por asumir este nuevo desafío y contribuir al crecimiento de SAP. Nuestro objetivo es consolidar a la compañía como un socio estratégico para las empresas, ayudándolas a transformar sus operaciones y alcanzar sus metas de negocio. Para ellos, contamos con la más robusta suite de soluciones en la nube del mercado, el poderoso portafolio de soluciones de Business AI y el extraordinario talento de nuestro equipo", afirmó Ignacio. Tiene más de dos décadas de experiencia en áreas como marketing, ventas y transformación digital. Ha ocupado cargo de liderazgo en empresas como Atento y Telefónica.

# PRÓXIMA EDICIÓN



Suscríbete y recibe  
Canal TI directo a tu  
correo



Recibe nuestro  
boletín semanal

# Conectados contigo.

Documentos más simples, procesos más humanos.



Estos dispositivos A4 ofrecen alta fiabilidad y eficiencia para grupos de trabajo grandes y medianos, cumpliendo con los estándares ambientales más recientes. Equipado con un panel táctil intuitivo, facilita las operaciones de impresión, copia y escaneo de manera sencilla.

Compatible con HyPAS y preparado para KCPS.

[www.codesaperu.com](http://www.codesaperu.com)

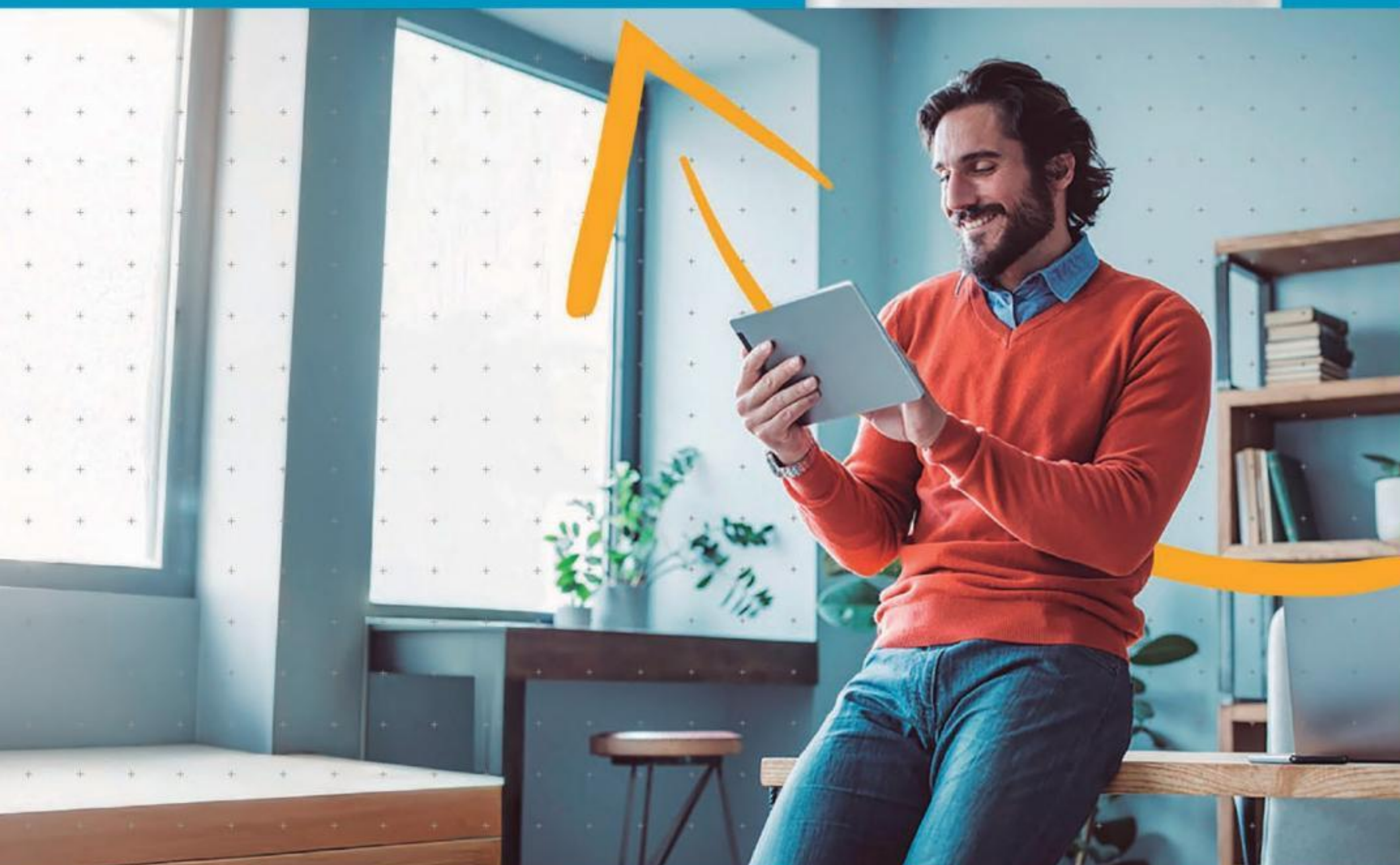
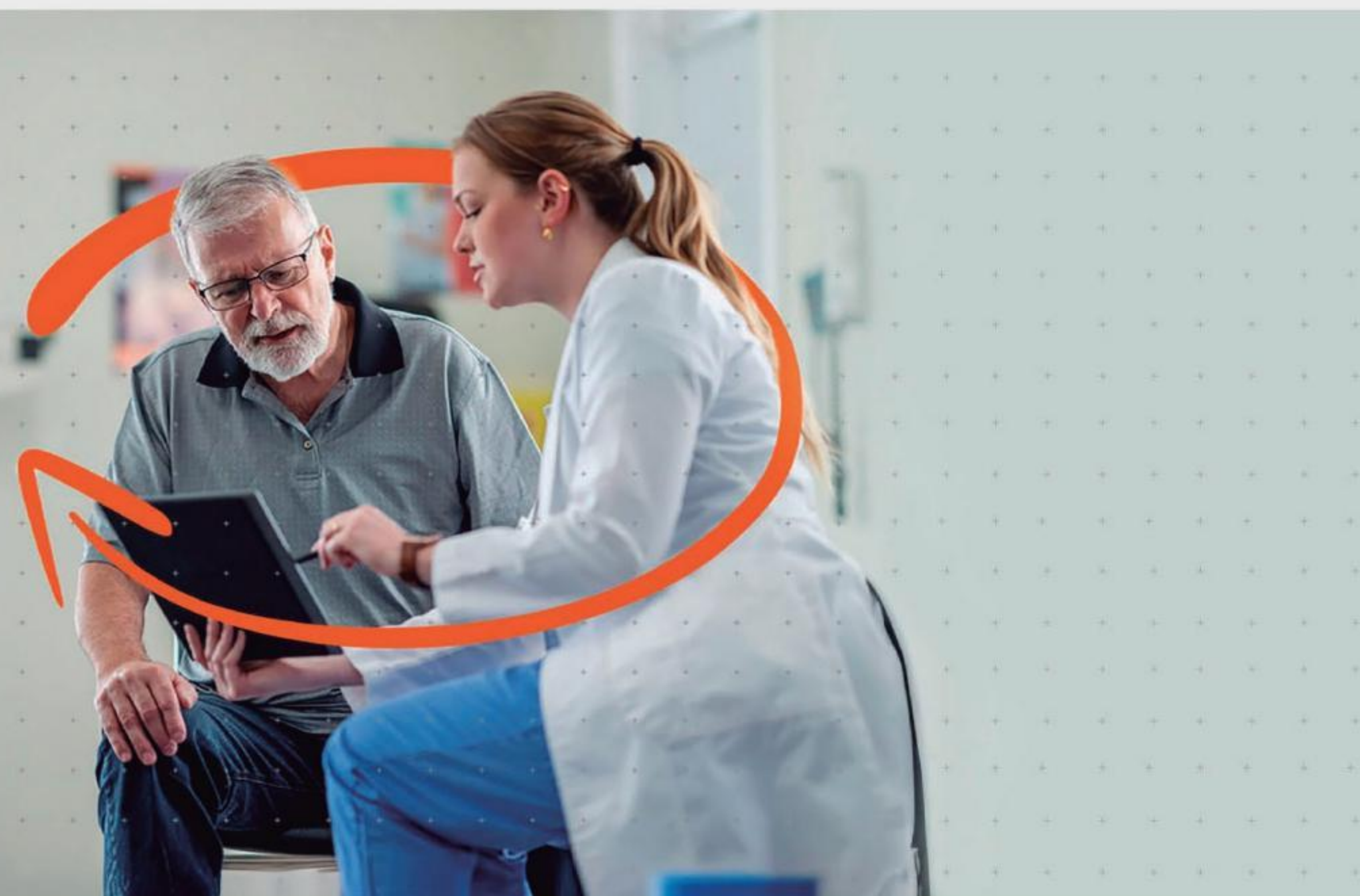
## ECOSYS MA4500ix

Multifuncional Monocromática

- Velocidad de hasta 47 ppm
- Memoria interna 1.5GB
- Procesador Dual Core 1.4GHz
- Resolución 1200 x 1200 ppp



A4



A4

## ECOSYS MA4000cix

Multifuncional a color

- Velocidad de hasta 42 ppm
- Memoria interna 2GB
- Procesador Dual Core 1.2 GHz
- Resolución 1200 x 1200 ppp

